

**MOTIF MASYARAKAT MENONTON PROGRAM ACARA
"JAM MALAM" DI TELEVISI**

(Studi Deskriptif Motif Masyarakat Surabaya Menonton
Program Acara "Jam Malam" di Trans 7)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Fisip UPN "Veteran"
Jawa Timur



Disusun Oleh :

Denny Aryo Wibowo
0543310457

**YAYASAN KESEJAHTERAAN, PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2012**

Judul : MOTIF MASYARAKAT MENONTON PROGRAM
ACARA "JAM MALAM" DI TELEVISI

Nama : Denny Aryo Wibowo

NPM : 0243010086

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah Disetujui untuk Mengikuti Seminar Proposal :

Pembimbing Utama

Juwito, S. Sos, Msi
NPT. 367049500361

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Juwito, S. Sos, Msi
NPT. 367049500361

Judul : MOTIF MASYARAKAT MENONTON PROGRAM
ACARA "JAM MALAM" DI TELEVISI (Studi Deskriptif
Motif Masyarakat Surabaya Menonton Program Acara
"Jam Malam" di Trans 7)

Nama : Denny Aryo Wibowo

NPM : 0543310457

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi :

Mengetahui

Pembimbing Utama

Juwito, S. Sos, Msi
NPT. 367049500361

Menyetujui

Dekan

Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi
NPT. 1955 0718198302 2001

Judul : MOTIF MASYARAKAT MENONTON PROGRAM ACARA
"JAM MALAM" DI TELEVISI (Studi Deskriptif Motif
Masyarakat Surabaya Menonton Program Acara "Jam Malam"
di Trans 7)

Nama : Denny Aryo Wibowo

NPM : 0543310457

Progdi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Menyetujui

Pembimbing Utama

Tim Penguji

1.

Juwito, S. Sos. MSi
NPT. 367049500361

Juwito, S.Sos. MSi
NPT. 367049500361

2.

Drs. Syaifuddin Zuhri, MSi
NPT. 370069400351

3.

Drs. Kusnarto, Msi
NIP. 195808011984021001

Mengetahui
Ketua Program Studi

Juwito, S. Sos. MSi
NPT. 367049500361

MOTIF MASYARAKAT MENONTON PROGRAM ACARA
"JAM MALAM" DI TELEVISI
(Studi Deskriptif Motif Masyarakat Surabaya Menonton
Program Acara "Jam Malam" di Trans 7)

Oleh
Denny Aryo Wibowo
0543310457

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 26 Juli 2012

Menyetujui

Pembimbing Utama

Tim Penguji
1. Ketua

Juwito, S. Sos, MSi
NPT. 367049500361

Juwito, S. Sos, MSi
NPT. 367049500361

2. Sekretaris

Drs. Syaifuddin Zuhri, MSi
NPT. 370069400351

3. Anggota

Drs. Kusnarto, Msi
NIP. 195808011984021001

Mengetahui
Dekan

Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi
NIP. 1955 0718198302 2001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan karunianya-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulisan skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini, perkenankan penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Juwito, S. Sos., MSi., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi serta dosen pembimbing penulis, yang telah meluangkan waktu disela kesibukannya guna membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Semua dosen dan staff dosen Universitas Pembangunan Nasioanal ”Veteran” Jawa Timur.

5. Orang tuaku tercinta, yang telah memberikan bantuan baik materiil maupun moril, serta do'a kepada penulis, maaf klo penulis selama ini kurang bisa memenuhi harapan.
6. Semua orang yang telah banyak membantu penulis namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mendalaminya di masa yang akan datang.

Surabaya, Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasar Teori.....	7
2.1.1. Komunikasi.....	7
2.1.2. Komunikasi Massa	8
2.1.3. Media Televisi	10
2.1.4. Televisi sebagai Media Komunikasi Massa	11
2.1.5. Masyarakat Sebagai Pemirsa Televisi.....	14
2.1.6. Motif.....	15
2.1.7. Program Acara ”Jam Malam”	18

2.1.8. Teori Uses dan Gratifications.....	20
2.2. Kerangka Pikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.1.1. Motif.....	25
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	30
3.2.1. Populasi	30
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data	33
3.4. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	34
4.1.1. Geografi Kota Surabaya	34
4.1.2. Demografi Kota Surabaya	35
4.1.3. Tayangan Jam Malam di Trans 7	36
4.2. Penyajian Data	36
4.2.1. Karakteristik Responden	37
4.2.2. Motif Responden	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Jumlah Penduduk di 8 (Delapan) Kelurahan	32
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.4.	Acara Jam Malam Mendapatkan Informasi Mengenai Kehidupan Pada Malam Hari	39
Tabel 4.5.	Mendapatkan Pengetahuan Tentang Tempat-Tempat Yang Dikunjungi Oleh Orang-Orang Yang Menyukai Gemerlap Malam	40
Tabel 4.6.	Acara Jam Malam Untuk Mendapatkan Informasi Mengenai Kegiatan Pada Malam Hari	42
Tabel 4.7.	Acara Jam Malam untuk mendapatkan informasi mengenai Makanan khas pada malam hari	44
Tabel 4.8.	Acara Jam Malam Untuk Menambah Wawasan Dan Pengetahuan Yang Positif Dan Negatif Mengenai Gemerlap Kehidupan Malam	45
Tabel 4.9.	Pengelompokkan Responden Berdasarkan Kategori Motif Informasi	47
Tabel 4.10.	Acara Jam Malam Untuk Dapat Mengetahui Kegiatan Atau Aktivitas Orang-Orang Yang Menyukai Gemerlap Kehidupan Malam	48

Tabel 4.11. Acara Jam Malam Untuk Dapat Mengetahui Kehidupan Sosial	
Pada Malam Hari	49
Tabel 4.12. Acara Jam Malam Untuk Dapat Mengetahui Bagaimana Cara	
Masyarakat Untuk Bertahan Hidup Dengan Bekerja Pada	
Malam Hari	51
Tabel 4.13. Acara Jam Malam Untuk Mendapatkan Pengetahuan Tentang	
Kehidupan Yang Dialami Seseorang	52
Tabel 4.14. Acara Jam Malam Untuk Dapat Mengetahui Profesi Seseorang	
Yang Suka Dengan Gemerlap Kehidupan Malam	53
Tabel 4.15. Pengelompokkan Responden Berdasarkan Kategori Identitas	
Pribadi	54
Tabel 4.16. Acara Jam Malam Untuk Mengetahui Cara Berinteraksi Dengan	
Suatu Kelompok Atau Komunitas Pada Malam Hari	56
Tabel 4.17. Acara Jam Malam Untuk Berbagi Pengalaman Dengan Orang	
Lain	57
Tabel 4.18. Acara Jam Malam Untuk Membantu Menjalankan Peran Sosial	
Untuk Masyarakat Yang Membutuhkan Pertolongan	58
Tabel 4.19. Acara Jam Malam Untuk Menjalin Pertemanan Persahabatan	
Dengan Orang Lain	60
Tabel 3.20. Pengelompokkan Responden Berdasarkan Kategori Integrasi dan	
Interaksi Sosial	61
Tabel 4.21. Acara Jam Malam Untuk Melepaskan Diri Dari Permasalahan	
Dengan Melihat Tayangan Yang Menghibur	62

Tabel 4.22. Acara Jam Malam Untuk Mengisi Waktu Istirahat Setelah Seharian Beraktivitas	64
Tabel 4.23. Acara Jam Malam Untuk Memperoleh Informasi Mengenai Tempat-Tempat Hiburan Yang Dapat Dikunjungi Pada Malam Hari	65
Tabel 4.24. Acara Jam Malam Untuk Bersantai Setelah Seharian Menjalankan Tugas	66
Tabel 4.25. Pengelompokan Responden Berdasarkan Kategori Hiburan	67
Tabel 4.26. Pengelompokan Responden Berdasarkan Keseluruhan Motif ..	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Bagan Kerangka Berpikir.....	24
Gambar 3.1. Bagan Multistage Cluster Random Sampling	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	72
Lampiran 2 : Rekapilulasi Jawaban Responden	78
Lampiran 3 : Output SPSS	83
Lampiran 4 : Tabel Frekuensi	85

Denny Aryo Wibowo : Motif Masyarakat Menonton Program Acara "Jam Malam" Di Televisi (Studi Deskriptif Motif Masyarakat Surabaya Menonton Program Acara "Jam Malam" di Trans 7).

Abstrak

Televisi merupakan media massa yang populer dan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Salah satu program terbaru di Trans 7 "Jam Malam" yang merupakan acara dokumenter yang ingin mengetahui berbagai kegiatan malam yang menarik untuk jelajahi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif masyarakat Surabaya menonton program acara "Jam Malam" di Trans 7.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang menonton Jam Malam, berusia minimal 17 tahun ke atas. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya berjumlah 100 orang. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah multistage cluster random sampling. Teknik analisis data menggunakan tabel frekuensi.

Hasil dalam penelitian ini adalah responden dalam penelitian ini termasuk kedalam kategori tinggi, Karena dengan menonton program acara Jam Malam di Trans 7 juga dapat mengetahui bagaimana kehidupan seseorang yang menyukai gemerlapnya malam.

Kata Kunci : Motif Informasi, Identitas Pribadi, Interaksi dan Interaksi Sosial dan Hiburan

Abstrac

Television is a popular and mass media have become an integral part of human life. One of the newest programs on Trans 7 "Jam Night" which is a documentary that would like to know a variety of exciting evening activities to explore. The purpose of this study was to determine the motive for Surabaya people watch the show "Jam Night" at the Trans 7.

The population in this study were people who watch Surabaya Jam Night, at least 17 years old and above. The sample in this study is the Surabaya community numbered 100 people. The sampling technique in this study was multistage random cluster sampling. Data analysis techniques using frequency tables.

The results in this study were the respondents in this study included into the category of high, Because by watching programs on Trans 7 Night Jam can also find out how the life of someone who loves the glitter of the night.

Keywords: Motif Information, Personal Identity, and Social Interaction Interaksi and Entertainment.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media massa adalah salah satu aspek komunikasi yang penting, terutama pada masa sekarang ini. Manusia merupakan khalayak sasaran media massa, sehingga keberadaan media massa senantiasa dituntut untuk mengikuti gerak dan dinamika individu sebagai kesatuan dalam masyarakat, namun kehadiran media massa akan dinilai berbeda-beda oleh setiap individu. Untuk memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat, media massa (pers) diharapkan mampu mencerdaskan masyarakat melalui muatan informasi yang memiliki kegunaan, kepentingan dan manfaat untuk masyarakat.

Keberadaan media massa tidak bisa terlepas kaitannya dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Media massa dapat menjadi jembatan yang menghubungkan komunikator dengan komunikan yang melintasi jarak, waktu, bahkan lapisan sosial dalam masyarakat. Media massa memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan masyarakat. Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yakni surat kabar, tabloid, radio, televisi dan film (Rakhmat, 2004 : 189).

Perkembangan teknologi dan informasi dari waktu ke waktu melahirkan aspirasi yang luar biasa dengan ditandai munculnya televisi, radio, satelit, dan lain-lain. Waktu berputar dengan cepat dan perkembangan

teknologi pun akhirnya sampai pada tahap modern, seperti yang terjadi saat ini. Dalam situasi seperti ini, salah satu pihak yang dapat memberikan informasi secara global adalah televisi. Televisi adalah salah satu produk dari perkembangan teknologi komunikasi yang dilengkapi dengan tampilan suara serta gambar.

Televisi merupakan media massa yang populer dan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Menurut Morissan (2004:1), “saat ini banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi untuk menikmati berbagai macam program yang ditawarkan, dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk ngobrol dengan keluarga atau pasangan mereka.

Dewasa ini perkembangan pertelevisian di Indonesia telah sampai pada tahap yang bisa dikatakan cepat. Hal ini ditandai dengan adanya stasiun televisi yang telah mengudara secara lokal maupun nasional. Stasiun-stasiun yang ada saat ini seakan berlomba-lomba dalam menayangkan informasi atau hiburannya. Berbagai bentuk hiburan saat ini telah disuguhkan oleh semua stasiun televisi yang ada. Mulai dari acara musik, sinetron, film, kuis, reality show, variety show, talk show, olah raga dan acara lainnya. Diantara banyak hiburan yang ada, masing-masing stasiun televisi mempunyai program andalan sendiri untuk disuguhkan kepada pemirsa. Program-program tersebut diolah dan dikemas sedemikian rupa agar dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi para pemirsanya.

Persaingan antar stasiun televisi dalam menyajikan beragam program acara kian ketat. Pertanyaannya, setiap stasiun televisi memasuki peta baru persaingan televisi yang ketat dan kompetitif itu, terlebih dalam menampilkan program-program inovatif yang mampu memanjakan pemirsa. Tampaknya pertanyaan tersebut telah dijawab oleh Trans 7, diusia 9 tahun pada Desember 2010 mendatang, stasiun televisi ini didominasi tangan-tangan dingin praktisi muda pertelevisian ini telah menunjukkan bahwa mereka memang mampu bersaing dengan stasiun televisi lainnya. Trans 7 telah berhasil memasuki era produksi sendiri, dengan menayangkan berbagai program in house. Trans 7 memang mengedepankan in house productions dan berkomitmen untuk terus menciptakan program-program yang inovatif, cerdas, tajam dan menjadi trendsetter di industri pertelevisian. Tujuannya tak lain adalah program-program itu bisa menjadi juara di hati pemirsa. Salah satu buah dari in house production itu adalah program hiburan. (<http://indonesiatvguide.blogspot.com/2009/01/berinovasi-dengan-program-in-house.html>)

Salah satu program terbaru di Trans 7 adalah "Jam Malam". Program "Jam Malam" merupakan sebuah acara dokumenter yang ingin mengetahui berbagai kegiatan malam yang menarik untuk jelajahi. Tempat-tempat dan geliat kehidupan malam di kota-kota yang ada di Indonesia. Melalui program tersebut peneliti ingin mengetahui motif yang mendasari banyaknya masyarakat yang menyaksikan tayangan hiburan tersebut, terutama Jam Malam, yang tayang setiap hari senin jam 23.30 WIB.

Istilah Jam Malam bukanlah pembatasan aktivitas masyarakat di malam hari ketika keadaan darurat, tapi lebih kepada mengagumi bagaimana sebagian orang di negeri ini berkerja keras membanting tulang di malam hari demi menghidupi anggota keluarganya. Mereka bekerja keras mengumpulkan pundi-pundi rupiah. Konseptor program ini berpikir cukup out of the box, menyajikan kisah hidup para pekerja malam dari sisi positif yang mungkin tidak diketahui oleh banyak orang. Cap negatif para pekerja malam yang selama ini melekat di masyarakat sedikit terkikis ketika menonton program berdurasi 30 menit ini. Semua narasumbernya nyata, tidak dikondisikan, dimana nara sumbernya adalah Sita Destya. (<http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2011/01/13/jam-malam-sebuah-catatan-hidup/>).

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagaimanakah motif masyarakat di Surabaya tentang program acara "Jam Malam" di Trans 7. Motif merupakan ciri dan kebutuhan. Kebutuhan menimbulkan motif bagi masyarakat. Menurut Mc. Quail ada 4 kategori motif pengkonsumsian media secara umum yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. Motif informasi dari acara tersebut berasal dari seorang yang menyukai gemerlap dengan dunia malam. Untuk motif identitas pribadi mereka mengetahui karakteristik dan kepribadian pada suatu kelompok atau seseorang. Untuk motif integrasi dan interaksi sosial mereka yang berinteraksi dengan masyarakat, orang lain yang bisa

yang ingin mengetahui dunia malam. Sedangkan untuk motif hiburan mereka untuk menikmati hiburan sehingga tingkat stres yang dialami sangat tinggi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori uses and gratification.

Dari berbagai kebutuhan yang dibutuhkan tersebut muncul mengasumsikan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus (Effendi, 2003:290).

Sedangkan universal dan sederhana masyarakat sebagai pemirsa televisi dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, penonton dan pemirsa sebagai media massa atau komponen isinya. Dalam arti yang lebih ditekankan, masyarakat ini memiliki beberapa karakteristik yaitu memiliki jumlah yang besar, bersifat heterogen, menyebar dan anonim, serta mempunyai kelemahan dalam ikatan organisasi sosial sehingga tidak konsisten dan komposisinya dapat berubah dengan cepat (Mc. Quil, 2001:201).

Subjek dalam penelitian ini adalah para pemirsa (Masyarakat Surabaya) yang berusia diatas 17 tahun keatas. Dipilihnya pemirsa yang berusia diatas 17 tahun keatas sebagai responden karena dianggap pada usia tersebut para pemirsa bisa bersifat lebih bijak lagi menanggapi suatu permasalahan yang ada di sekitarnya. Dipilihnya Surabaya karena ibukota

provinsi Jawa Timur, Indonesia. Selain itu adanya syuting Jam Malam di Surabaya pada episode Variasi MX.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas maka peneliti ingin mengetahui bagaimana motif masyarakat Surabaya tentang program acara "Jam Malam" di Trans 7.

1.2. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah motif masyarakat Surabaya menonton program acara "Jam Malam" di Trans 7 ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif masyarakat Surabaya menonton program acara "Jam Malam" di Trans 7.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Kegunaan praktis, yaitu untuk menambah literatur dan referensi yang berguna sebagai dasar pemikiran bagi kemungkinan adanya penelitian sejenis di masa mendatang yang berhubungan dengan media televisi.

2. Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritis, yaitu untuk menambah kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan penelitian tentang motif pemirsa televisi